MODEL OBSŁUGI KLIENTA

PROFIL KLIENTA

Ogólny profil klientów. Czym charakteryzują się klienci? Jakie mają cechy wspólne?

ZACHOWANIA

Jak klienci postrzegają naszą firmę? Jak zachowują się w poszczególnych momentach interakcji? Co mówią? Czy są zadowoleni?

WYZWANIA

Co się stanie jeśli zmienimy model obsługi?

WARTOŚĆ

Jaką wartość tworzymy dla klienta? Dlaczego w ogóle wchodzą z nami w interakcję? Jakie potrzeby zaspokajają poprzez współpracę z nami? Jakie korzyści osiągają? Czego klient nie może równie łatwo otrzymać gdzie indziej?

KANAŁY

W jaki sposób docieramy do klientów. Czy odbywa się to za pośrednictwem strony internetowej, aplikacji, handlowca? Które kanały są najbardziej preferowane?

KPI

Po czym poznamy, że osiągnęliśmy sukces? Co będziemy monitorować?

AKTORZY

Kto tworzy doświadczenia? Kto współpracuje z klientem bezpośrednio (front office) lub pośrednio (back office). Mogą to być także partnerzy zewnętrzni lub technologia.

DZIAŁANIA

Jakie działania wykonują poszczególni aktorzy w zakresie tworzenia doświadczeń.